

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

Gaziantep University - Azaz Faculty of Islamic Sciences

د. عبد الله لبابيدي¹

¹ جامعة غازي عينتاب, lababidi.1977@gmail.com,

تاريخ الاستلام: 2023/01/21 تاريخ القبول: 2023/02/08 تاريخ النشر: 2023/12/31

الملخص:

القائم بالاتصال هو الأساس في العملية الإعلامية الاتصالية، والقرآن الكريم والسنة النبوية فيهما ضوابط وقوانين وآداب يجب على القائم بالاتصال أن يلتزم بها، وتمنحه هذه الضوابط القدرة الكاملة على التأثير في الجمهور المستهدف واتجاهاته للوصول إلى أفضل النتائج المرجوة، فالقائم بالاتصال قادر على التعاطف مع الآخرين حتى يتفهم مشاعرهم وأفكارهم واتجاهاتهم، وبناء عليه يستطيع أن يضع التأثير الذي يعمل عليه بطريقة علمية تربوية أخلاقية مناسبة حتى يستطيع الآخرون استيعابها بسهولة، والتفاعل مع مضمونها.

ومن أهم نتائج البحث: أن التزام القائم بالاتصال بالضوابط الشرعية المذكورة سبيلًا للإعلام الإسلامي هادف، والإعلام وثيق الاتصال بالقرآن والسنة، فديننا إعلامي بطبعه، والمسلم مكلف بأن يدعو لدينه الإسلامي عبر وسائل الإعلام المتاحة، ورسالة القائم بالاتصال في الإعلام تقوم على احترام الكلمة والتثبت من المعلومة لذا فهو يكون دقيقًا في نقلها ومنتبهاً من حقيقتها ومبتعدًا عن الكذب والتزوير.

الكلمات المفتاحية: القرآن الكريم-السنة النبوية-الإعلام-القائم بالاتصال

The communicator is the main character in the process of the media communication, and the Holy Qur'an and the Sunnah of the Prophet contain controls, laws, and etiquette that the communicator must abide by, and these controls give him the

full ability to influence the target audience and its trends to reach the best desired results. The communicator is able to empathize with others even He understands their feelings, thoughts, and attitudes, and accordingly he can put the influence he works on in a scientific, educational, and appropriate manner so that others can easily absorb it and interact with its content.

Among the most important results of the research: that the commitment of the communicator to the aforementioned legal controls is a way to meaningful Islamic media, and the media is closely related to the Qur'an and Sunnah, so our religion is missionary in nature, and the Muslim is charged to call for his Islamic religion through the available media, and the message of the communicator in the media is based on respecting the word and verifying the information. Therefore, he is accurate in transmitting it, verifying its truth, and avoiding lying and forgery.

key words: Holy Qur'an - Sunnah of the Prophet - media - the communicator

المؤلف المرسل: د. عبد الله لبابيدي

1.1: مقدمة البحث:

إن القائم بالاتصال هو الأساس في العملية الإعلامية الاتصالية، فهو العنصر الذي يُعتمد عليه في تشكيل الرسالة الإعلامية وفق معايير مهنية محددة، ووفق خلفيته الفكرية والأيدولوجية، وأهمية القائم بالاتصال لا تقل عن أهمية عناصر العملية الاتصالية الأخرى كالرسالة، أو الوسيلة، لتحقيق التأثير المطلوب. فهو قادر على التعاطف مع الآخرين حتى يتفهم مشاعرهم وأفكارهم واتجاهاتهم، وبناء عليه يستطيع أن يضع التأثير الذي يعمل عليه بطريقة علمية

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

تربوية أخلاقية مناسبة حتى يستطيع الآخرون استيعابها بسهولة، والتفاعل مع مضمونها.

1.2: أهمية البحث:

1- تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية دور القائم بالاتصال في التأثير وصناعة الرأي.

2- تزويد القائم بالاتصال بأهمّ القيم التي ينبغي أن يحملها.

3- تعريف القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية بأهم الضوابط الشرعية التي يمكن من خلالها توجيه الخطاب القيمي للجماهير.

1.3: أهداف البحث:

1- تزويد القائمين بالاتصال بالقيم التي ينبغي أن يحملوها عمومًا.

2- التعرف على الضوابط الشرعية للقائم بالاتصال وربطها بالقرآن الكريم.

3- التعرف على الضوابط الشرعية للقائم بالاتصال وربطها بالسنة النبوية.

1.4: مشكلة البحث:

نظرًا لأهمية الإعلام والأثر الذي يمكن أن يحدثه من خلال القائمين عليه،

تتصدى هذه الدراسة وتستهدف الإجابة على مجموعة من التساؤلات من أهمها:

1- هل من الممكن تطبيق الضوابط الإعلامية الإسلامية والمتضمنة القيم الإسلامية على القائم بالاتصال؟

2- هل من الممكن أن يكون القائم بالاتصال صاحب مرجعية إعلامية ثقافية مستمدة من تعاليم الإسلام؟

3- ماهي أهم الضوابط الإسلامية التي ينبغي للقائم بالاتصال في وسائل الإعلام الالتزام بها؟

1.5: منهج البحث:

إن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية فهي تسعى إلى التعرف على ضوابط القائم بالاتصال واستنباطها من القرآن الكريم والسنة النبوية، ومدى انعكاس هذه الضوابط على القائم بالاتصال، وأثر ذلك على القيم الدينية، وكيفية توظيفها فيما يخدم من الناحية الإيجابية أو فيما يشكل عليهم من خطر من الناحية الأخلاقية والقيمية ضمن مجتمع تحكمه معايير وعادات وتقاليد وأخلاق وأعراف وقيم دينية.

1.6: مصطلحات الدراسة:

1- الضوابط الشرعية:

للعلماء في تعريف الضابط مسلكان:

الأول: أن الضابط بمعنى القاعدة. قال الفيومي (القاعدة في الاصطلاح: بمعنى الضابط، وهي الأمر الكلي المطلق على جميع جزئياته)⁽¹⁾.
فعلى هذا التعريف يكون لفظ (ضابط) مرادفًا للفظ (القاعدة) لأن المعنى واحد.

الثاني: أن الضابط ما يجمع فروعًا من باب واحد، والقاعدة ما تجمع فروعًا من أبواب متفرقة.

قال ابن نجم: (والفرق بين الضابط، والقاعدة، أن القاعدة تجمع فروعًا من أبواب شتى، والضابط يجمعها من باب واحد)⁽²⁾.
وقال السيوطي: (إن القاعدة تجمع فروعًا من أبواب شتى، والضابط يجمع فروعًا من باب واحد)⁽³⁾.

(1) أبو العباس أحمد بن محمد بن علي الفيومي ثم الحموي (-770هـ/1369م)، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، بيروت، المكتبة العلمية، 2، 510.

(2) ابن نجيم المصري زين الدين بن إبراهيم بن محمد، (-970هـ/1563م)، الأشباه والنظائر على مذهب أبي حنيفة النعمان، بيروت، دار الكتب العلمية، 1419هـ/1999م، 166.

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

والقول بالتفريق بين القاعدة والضابط أولى.

وقد استعمل الفقهاء الضابط في معاني متعددة، فاستعملوه بمعنى التعريف والأسباب والشروط، والمعيار الذي يكون على الشيء وغير ذلك⁽⁴⁾ والمعنيان الآخران هما المناسبان لموضوع البحث.

2- القائم بالاتصال: جاء في المعجم الإعلامي تعريف القائم بالاتصال بأنه "شخص يستهدف التأثير بأفكاره، ولديه خلفية واسعة عنها، ويؤمن بها، ويصدر عنها في سلوكه وتصرفاته، واستخدام لذلك كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة، ومختلف الأساليب الإقناعية من أجل تكوين رأي عام، وذلك وفق منهج علمي مدروس، ومخصّص، ومستمر"⁽⁵⁾.

1.7: الدراسات السابقة:

1-دراسة يحي تقي الدين وهي بعنوان (تأثير البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري (دراسة في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الاعلام).

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي إلى جانب تحليل المضمون ومسح جمهور وسائل الاعلام، وقد توصلت إلى نتائج عديدة أهمها أن البرامج الترفيهية لقناة نسمة تبقى أحد أطراف عملية التأثير على المنظومة القيمية، وأن البرامج الترفيهية لقناة نسمة تحمل نوعاً من القيم المنافية لقيم الشباب الجزائري.

2-دراسة شندارلي عز الدين ومباركي ابتسام وهي بعنوان (الإعلام الجديد وتأثيره على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري -في ضوء نظرية الحتمية القيمية في

⁽³⁾ أبو الفضل جلال الدين السيوطي (-911ه/1505م)، الأشباه والنظائر في النحو، دمشق، مجمع اللغة العربية، 1407ه/1987م، 1، 7.

⁽⁴⁾ يعقوب الباحثين، القواعد الفقهية، الرياض، دارالبشر، 1418ه/1998م، 63.

⁽⁵⁾ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، القاهرة، دارالفجر للنشر والتوزيع، 1425ه/2004م، 408.

الإعلام-) واعتمدت على المنهج المسحي الوصفي والتحليلي باستخدام أداة المسح الاستبيان وتوصلت إلى نتائج عديدة من أهمها أن الإعلام الجديد إذا ما استخدم بطريقة حسنة قد يساعد الشباب على التحلي ببعض القيم بينما إذا استخدم بطريقة سيئة قد يؤثر سلباً على قيم الشباب ويدفعهم لتبني قيم تعارض قيمنا الدينية.

ولقد استفاد الباحث من الدراستين في تحديد المشكلة البحثية وفي صياغة تساؤلات الدراسة.

1.8: خطة البحث: تتناول هيكلية البحث ما يلي:

المطلب الأول وفيه الإطار المنهجي للدراسة ويتضمن مقدمة عن الموضوع فيه أهدافه وأهميته ومشكلته ونوعه وتعريف مصطلحاته، والمطلب الثاني يتضمن القيم التي ينبغي أن يحملها القائم بالاتصال، والمطلب الثالث يتضمن الضوابط الشرعية للقائم بالاتصال في القرآن الكريم، والمطلب الرابع يتضمن الضوابط الشرعية للقائم بالاتصال في السنة النبوية، ومن ثم النتائج والتوصيات.

2: القيم التي ينبغي أن يحملها القائم بالاتصال

إنَّ القيم التي ينبغي أنْ يحملها القائم بالاتصال هي بمثابة قواعد أخلاقية يجب أنْ تتوفر بالقائمين بالاتصال، فالتفاني بالعمل والإحساس بأنه يتمتع بقيم عالية وله رسالة إنسانية، مع مراعاة الانضباط بالضوابط الشرعية يؤدي إلى النهوض بالمجتمع المستهدف ثقافياً وعلمياً وحضارياً.

والقيم: هي "مجموعة من المبادئ والمعايير العامة التي يؤمن بها غالبية أفراد المجتمع وموجهات لسلوك الأفراد نحو السلوك المقبول اجتماعياً ويكتسبها الأفراد عن طريق عمليات التنشئة الاجتماعية التي تقوم بها مؤسسات التنشئة

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

الاجتماعية وتتسم بالاستقرار النسبي ويتم التعرف عليها من خلال السلوكيات المتنوعة للأفراد في المواقف الاجتماعية المختلفة⁽⁶⁾.

والقيم بحسب تعريف المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي هي: "ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم، ليتبع ذلك أنه كلما ارتفعت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالضرورة بالدين، ويأتي العقل البشري في مرتبة موازية ويمثل نشاطاً منطقيًا يتعامل مع المسائل النظرية كالإدراك أو الفهم أو التأويل ويكون هذا النشاط منطقيًا بالضرورة إذا كان وثيق الصلة بالقيم"⁽⁷⁾.

وأما القيم الدينية وهي محل بحثنا فهي "المعتقدات والأحكام التي مصدرها القرآن الكريم والسنة النبوية ويتمثلها ويلتزم بها الإنسان المسلم وبالتالي تتحدد في ضوءها علاقته بربه واتجاهه نحو حياته في الآخرة كما يتحدد موقفه بين بيئته المادية وتغيير آخر اتجاهه نحو الحياة الدنيا فهي معايير يتقبلها ويلتزم بها المجتمع المسلم وأعضاؤه من الأفراد المسلمين ومن هنا فهي تشكل وجدانهم وتوجه سلوكهم على مدى حياتهم لتحقيق أهداف لها جاذبية يؤمنون بها"⁽⁸⁾.

وتؤدي القيم دورًا مهمًا في إنجاح القائم بالاتصال وبالتالي الحصول على ثقة الجمهور فالقيم -بشكل عام- هي القيم التي تعد دليل عمل الأفراد والمؤسسات والمجتمع، والفارق بين الحق والباطل، والعدالة والظلم والصدق والكذب؛ وبالتالي فإن أخلاقيات القائم بالاتصال هي من أهم العوامل المؤثرة على مصداقيته،

(6) عبد الله الظاهر، علي المعماري، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، دارغيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 1435هـ/2014م، 35.

(7) عزي عبد الرحمن، الثقافة وحتمية الاتصال نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، العدد 295، 1434هـ/2013م، 15.

(8) محمد رشاد كفاقي، علم النفس الديني، دارالفكر، القاهرة، 1416هـ/1996م، 199.

د. عبد الله ليايدي

فالتزامه بمستوى أخلاقي عالٍ يتمتع بالنزاهة ويمتنع عن كل ما يسيء إلى المهنة يكسبه ثقة الجمهور وتصديقه له، لذلك فإنَّ السلوك الأخلاقي العالي هو الوسيلة الوحيدة الواجب اعتمادها إذا كان الهدف الأساسي للقائم بالاتصال هو تحقيق ثقة الجمهور بالمؤسسات والتأثير بالجمهور "يكون إيجابيًا إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت الوثائق أشدَّ كان التأثير إيجابيًا، وبالمقابل يكون التأثير سلبيًا إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكبر"⁽⁹⁾.

والقائم بالاتصال "هو أول أطراف العملية الاتصالية، وهو صاحب الفكرة، يقوم بوضع أفكاره في رموز معينة (كود)، ولابد أن تكون الفكرة واضحة في ذهنه أولاً، وأن يُحسن التعبير عن هذه الفكرة، وأن يتخير أفضل الرموز لتوصيلها، وأن يراعي طبيعة الوسيلة التي سيستخدمها، وأهم من هذا كله -أو قبله- مراعاة ظروف وخبرات المستقبل، فالمرسل، أو القائم بالاتصال الناجح، هو القادر على التعاطف، بمعنى أن يضع نفسه مكان الآخرين حتى يتفهم مشاعرهم واتجاهاتهم، وبناء عليه يستطيع أن يضع فكرته بطريقة مناسبة حتى يستطيع المستقبل استيعابها بسهولة، والتفاعل مع مضمونها"⁽¹⁰⁾.

ويعد القائم بالاتصال هو المحور الرئيسي في عملية التواصل، فهو البعد الأساسي الذي يُعتمد عليه في تشكيل الرسالة وفق المعايير المهنية، ووفق خلفيته،

(9) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1434هـ/2013م، 112.

(10) محمود حسن إسماعيل، علم الاتصال ونظريات التأثير المتبادل، القاهرة، الدار العالمية، 1424هـ/2003م، 95، 96.

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

وتفكيره، وأيديولوجيته، "حيث لا تقل أهميته عن العناصر الأخرى في العملية الاتصالية، كالرسالة، أو الوسيلة، لتحقيق التأثير المطلوب"⁽¹¹⁾.

فهو يهتم بالخبر الجديد والحدث المثير، ويحاول إنجاز سبق إعلامي، وقد يستخدم متحدثًا، أو كاتبًا، أو محررًا، أو مذياعًا، حسب الوسيلة الإعلامية الموجودة، وهذا يتطلب من المرسل متابعة تطور وسائل الإعلام؛ لصياغة رسالة مميزة تصل للمتلقي من خلال هذه الوسيلة، وينبغي عليه أن يحمل قيمًا دينية واجتماعية وسياسية ووطنية وعلمية فهذه كلها مجموعة من المبادئ والمعايير التي تتشكل منها شخصية الإنسان تدريجيًا منذ طفولته، متأثرًا باستمرار التفاعل مع محيطه وتراكم المواقف والمشاهد المتكررة، التي يصادفها في حياته الواقعية والإعلامية الافتراضية على وسائل الاتصال والإعلام المتعددة، بحيث يندمج معها لتصبح أسسًا ثابتة تمكنه من اختيار أهدافه وتوجهاته في الحياة، متجسدة في سلوكه العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

ويتطلب من القائم بالاتصال تنمية القيم الأخلاقية عن طريق التطبيق العملي لقيم الدين والثقافة نظرًا لقدرته عن طريق وسائل الإعلام التي يعمل بها على نشر الأفكار والمعلومات والمعرفة بسرعة عالية تفوق التصور وقدرته على الوصول إلى المتلقين والتزويد بالمعلومات.

ولابد للقائم بالاتصال في الإعلام من ضابطٍ يُحتكم إليه ويُركز عليه، والعقيدة الإسلامية هي الركيزة الأولى في دعائم الفكر الإسلامي، فإذا تمكنت العقيدة في نفس رجل الإعلام فإنها ستكون المعيار الذي يحتكم إليه في تفكيره وفي نظرتة إلى الأمور باعتبار أنها دين من عند الله وليست نظامًا من صنع البشر، فعندما تستقر العقيدة في قلب رجل الإعلام يتوسع تصوره لهذا الوجود، ويفهم

⁽¹¹⁾ محمد أحمد محمد يونس، العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية، المؤتمر العلمي الحادي عشر مستقبل وسائل الإعلام العربية، القاهرة، كلية الإعلام، 1426هـ/2005م، 1431.

ارتباطه به ودوره فيه ويصح تصوره للقيم والأشياء والأشخاص والأحداث من حوله.

ويمكن أن تكون وظيفة القائمين بالاتصال لنشر القيم في المجتمعات المستهدفة عبر وسائل الإعلام كالآتي:

1- "إضفاء المكانة:

فوسائل الاتصال تلقي الضوء على بعض الحركات والقضايا العامة والأشخاص والمؤسسات وتؤيدها أو ترفضها مما يضيف عليها مكانة أو يؤثر في مكانها سلبيًا.

2- تقويم ثقافة المجتمع ومعايير:

إذ إن لها من القوة في استشارة العمل الاجتماعي المنظم وفقًا للمعايير الأخلاقية والمثالية في المجتمع ولو حدث انحراف ما عن هذه المعايير تقوم تلك الوسائل بالتنبيه عليه حيث تقوم بإعلام أفراد المجتمع به وبحقائقه وبأساليب مواجهته كي تتفق الأنماط السلوكية للناس مع المعايير الاجتماعية المقبولة، وإن هذه الوسائل تفترض ضغطًا كبيرًا للوقاية من مظاهر الانحراف عن المعايير والقيم لإعادة تثبيتها ودعمها وتطبيقها وجعلها في بؤرة الوعي الاجتماعي ولب اهتماماته.

3- تنمية الذوق العام:

حيث تقوم بتنمية الإحساس بالجمال في الحياة، وكذلك جمال النفس الذي يستطيع الإنسان به أن يرى الوجود جميلًا وكذلك تنمية الذوق العام في السلوك العام في الأماكن العامة والالتزام بمعايير المجتمع وقيمه.

4- خدمة المجتمع:

تساعد خدمة المجتمع وتكمل عملية التربية فهي تعمل على تشكيل الشخصية الإنسانية القادرة على تحقيق التقدم والتنمية وذلك عن طريق بيان أهمية العمل وتغيير المفاهيم السائدة التي لا تصلح لمسيرة المجتمع، وتقديم

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

المعلومات التي تفيد هذا المجال وتخدم قضية التغيير الثقافي والاجتماعي، كما أن هذه الوسائل تسهم في عملية التطبيع الاجتماعي عن طريق نقلها لأنماط السلوك المقبولة ومساندتها وبالتالي يكتسبها الناس صغارًا وكبارًا من خلال تلك الوسائل وبالتالي تؤثر في تكوين الشخصية وتساعدهم على التكيف مع المرافق والخبرات الجديدة"⁽¹²⁾.

ونتيجةً لدور المرسل الهام في العملية الإعلامية، كان لزامًا عليه أن يلتزم بمجموعة من القيم التي تحكم أداءه منها:

- 1- الصدق في نقل المعلومات.
- 2- الالتزام بحفظ الأسرار.
- 3- الحصول على المعلومة بالطرق المشروعة.
- 4- حجب أي معلومة فيها إضرار بالمصلحة العامة للأمة.
- 5- الالتزام بالأخلاق الإسلامية.

وبالتالي على القائم بالاتصال أن يكون صاحب مرجعية إعلامية ثقافية مستمدة من القرآن والسنة تحمل هم الأمة وقضاياها.

3: الضوابط الشرعية للقائم بالاتصال في القرآن الكريم

يتمتع الإعلام الإسلامي دون غيره بوسيلتين ربانيتين، القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، "ولقد استخدم المسلمون الأوائل الوسائل المعروضة وقاموا بتطوير بعضها تحسینًا وتجويدًا، وأضافوا إليها وسائل جديدة، ومن هنا تميز الإعلام الإسلامي بتنوع وسائله مع الاستفادة الكاملة مما يُستخدَث من الوسائل والتقنيات الإعلامية"⁽¹³⁾.

⁽¹²⁾ طارق عامر، القيم التربوية والأخلاقية، دارطبية، 1434هـ/2013م، 179، 180.

⁽¹³⁾ عناية الله إبلاغ، الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، القاهرة، عالم الفكر، 1421هـ/2000م، 84.

د. عبد الله لباييدي

والاعلام ينبغي أن يكون "دائمًا حاملاً للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو، وهو ما ينعكس إيجابياً على محيط الإنسان المعنوي والمادي سواء على المستوى المحلي أو الدولي"⁽¹⁴⁾.

وفي القرآن الكريم ضوابط قرآنية شرعية وقوانين وآداب يجب على القائم بالاتصال أن يلتزم بها، وتمنحه هذه الضوابط القدرة الكاملة على التأثير في الجمهور المستهدف واتجاهاته للوصول إلى أفضل النتائج المرجوة، وتزداد هذه الضوابط أهميةً في أوقات الأزمات والحروب

وتأتي أهمية هذه الضوابط في القرآن الكريم من كون الإعلام رسالة وكلمة، وهو فوق كل هذا أمانة، قال تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا﴾⁽¹⁵⁾.

ونتيجةً للدور الهام الذي يقوم به الإعلام وضع القرآن الكريم مجموعة من القيم والأصول والقواعد والمبادئ والضوابط الإعلامية للقائمين بالاتصال ما يجعل قيام أي وسيلة إعلامية كبيرة مثلاً أعلى يُحتذى بها، ولكن ينبغي أن يراعي بعض الضوابط متمثلة فيما هو آتٍ مما يعتبر إعجازاً قرآنياً تعرض لها وتحدث عنها:

ويمكن تفصيلها وبيانها فيما يلي:

1- الصدق:

طالبت الشريعة الإسلامية المسلم بأن يكون صادقاً في كل أقواله وأفعاله، وقد جاءت الأدلة الكثيرة حاثّة على الصدق يقول جل شأنه: ﴿إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ

⁽¹⁴⁾ نصير بوعلی، الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، عين مليلة، دار الهدى،

1426هـ/2005م، ص 48.

⁽¹⁵⁾ النساء، ص 58.

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ ﴿١٦﴾ ، ويقول عز وجل من قائل: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ﴾ (١٧) ، ويقول أيضًا: ﴿ذَلِكَ وَمَنْ يُعْظَمَ حُرْمَاتِ اللَّهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ عِنْدَ رَبِّهِ وَأَحِلَّتْ لَكُمُ الْأَنْعَامُ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ﴾ (١٨) .

والصدق في القرآن الكريم الإعلام الإسلامي، وحقيقة الخبر جزء من هذا الإعلام، فإذا ما تم التثبت من الخبر، والتأكد من صدقه؛ يجب أن تتم صياغته بنفس الدرجة من الصدق، بدون تحريف، أو تشويه، أو نقل أجزاء لتعطي معنى مغايرًا للحقيقة، أو تعطي احتمالات وتلميحات تفقد الخبر صدقه، وبعض الاعلاميين يصنع ذلك رغبة في إخراج الخبر بشكل فني، أو بأسلوب عصري، ولكنه يخطئ عن غير قصد، والبعض يصنع ذلك عن قصد، ولذلك لا بد من الاهتمام بصياغة الخبر قدر الاهتمام، بتوثيقه والتحري عنه، لأن عدم الصدق في نقل الخبر يعتبر تحريفًا للحقيقة"، قال تعالى: ﴿أَفَتَطْمَعُونَ أَنْ يُؤْمِنُوا لَكُمْ وَقَدْ كَانَ فَرِيقٌ مِّنْهُمْ يَسْمَعُونَ كَلَامَ اللَّهِ ثُمَّ يُحَرِّفُونَهُ مِنْ بَعْدِ مَا عَقَلُوهُ وَهُمْ يَعْلَمُونَ﴾ (١٩) .

2- التأكد من الرسالة الإعلامية قبل النشر

إن "رجل الإعلام يعد مسؤولاً عن رسائله التي يعدها ويوجهها للجماهير المتلقي، عليه ألا يخرج بها عن الإطار الإسلامي، فهو مثاب إن التزم حدود دينه وشريعته، وهو كذلك معاقب إن عصى الله" (٢٠) .

والرسالة الإعلامية تعتبر واحدة من أهم مقومات العمل الإعلامي، وعنصرًا هامًا في العملية الاتصالية، والتثبت من الرسالة الاعلامية قبل نشرها من

(١٦) النحل، 105.

(١٧) النحل، 116.

(١٨) الحج، 30.

(١٩) البقرة، 75.

(٢٠) أحمد غلوش، الإعلام في القرآن، القاهرة، شركة رأفت سعيد للطباعة، 1406هـ/1986م، 106.

د. عبد الله ليايدي

مسؤولية حراس البوابة، ويقع عبؤه الأكبر على القائم بالاتصال في العملية الإعلامية، فالتأكد من الرسالة الإعلامية من أهم المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلام، ففي مجال التحقق من صدق الأنباء والتروي في قبول نشرها وإذاعتها بين الناس يعظنا الله سبحانه وتعالى بقوله: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾⁽²¹⁾،⁽²²⁾.

وهذه الآية هي المنهج الأصلي في التثبت في الأخبار، واشترط العدالة في الرواة الناقلين، والبحث عن أحوالهم حتى كان من ذلك علم (الجرح والتعديل) في الإسلام.

وهذا المنهج في التثبت والتتبع هو إعجاز إعلامي في القرآن الكريم "فإنه يمكن الإفادة منه في منهج الأخبار الصحفية، فلا نأخذ الأخبار إلا عن علمنا صدقه ودقته، وتبين لنا من خلال ممارسات عديدة وأعمال مختلفة، ومتابعات مستمرة، وملاحظات واعية، وتوجهات من النظراء، أن هذا المصدر صادق ودقيق، ولم يعرف عنه الكذب، أو التأويل سواء كان هذا المصدر وكالة أنباء عالمية، أو صحيفة دولية، أو مراسلاً خارجياً، أو مندوباً صحفياً، أو مصدرًا مسؤولاً في الوزارات، والهيئات، والشركات، والمؤسسات"⁽²³⁾.

3- احترام الإنسان وعدم الاستخفاف بالعقل

احترم القرآن الكريم الإنسان، وتجلى ذلك في إعجاز إعلامي باهر، فقد كرم الله I النفس البشرية بقوله: ﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ

(21) الخُجْرَات، 6.

(22) ابن هشام، السيرة النبوية، تحقيق مصطفى السقا وإبراهيم الأبياري وعبد الحفيظ الشلبي، القاهرة، مطبعة مصطفى البابي الحلبي، ط2، 1375هـ/1955م، 2، 296.

(23) عبد الله بدران، الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، دمشق، دار المكتبي، 1423هـ/2002م، 257.

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا ﴿٢٤﴾ "والإعلام الإسلامي يحترم ذكاء المتلقي، فيناقش قضاياها بموضوعية يلتزم فيها بدراسة عناصر الموضوع بشكل علمي ونزيه، ومنطق مقبول وعادل، قائم على تحليل الأحداث، واستقراء الواقع، والاستنتاج السليم بعيداً عن التجني، وبالتالي بناء رأي يرتكز على المعطيات الحقيقية دون التدخل في الأهواء والأغراض الشخصية، والبعد عن التهويل، أو التهوين، والالتزام بالحد المقبول حتى في الألفاظ"⁽²⁴⁾.

4- عدم التشهير

بعض وسائل الإعلام "تحرص على حماية نفسها مما يعرضها للمساءلة، ولكنها لا تحرص على حماية المجتمع من الأضرار، والمفاسد المترتبة على ما تنشره، ولا على حماية أفراد هذا المجتمع مما يسيء لهم، أو إلى سمعتهم، وتتمادى في هذا الأمر إذا اطمأنت إلى عدم وجود أنظمة يمكن ملاحظتها عن طريقها، أو إذا استشعرت بأن الناس لا يعرفون حقوقهم، وليس لديهم وعي وإدراك بأن هناك أنظمة وقوانين تحميهم من تجني وسائل الإعلام عليهم، والتشهير بهم"⁽²⁵⁾.

وإن "من يكشف خصوصيات الآخرين يُعد قد ارتكب خطأ لا اعتدائه على الحق في الخصوصية، ولا يشفع للصحفي أن يكون حسن النية؛ ذلك لأن العبرة ليس بما قصده الصحفي من التشهير، وإنما في حقيقة التشهير نفسه"⁽²⁶⁾.

وبناء على ذلك، فإنه ينبغي على القائم بالاتصال الستر على الناس، وعدم التشهير بهم، والأصل في ذلك قوله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾⁽²⁷⁾.

(24) الإسراء، 70.

(25) سمير جميل راضي، الإعلامي الإسلامي رسالة وهدف، مكة المكرمة، رابطة العالم الإسلامي، 73، 74.

(26) أمين المغامسي، قواعد عامة لنشر أخبار الجرائم والحوادث في الصحف، في المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، 17 (2002/34م)، 249 - 300، 259.

(27) نواف خالد وخليل محمد، الصحافة الإلكترونية ماهيتها والمسؤولية التقصيرية الناشئة عن نشاطها، في مجلة الشريعة والقانون، 25 (2011/46م)، 211 - 302، 261.

5- عدم كتمان المعلومات: يترتب على كتمان المعلومات خلال الحروب والأحداث الجسيمة التي تتعرض لها بعض البلدان نشر الفتن والاضرابات، وسيضطر الجمهور إلى أخذ المعلومات من طرق أخرى قد لا تكون موثوقة، وهنا يبرز التضليل الإعلامي حيث الاعتماد على بعض المرجفين ليكونوا مصدرًا للأخبار، والله سبحانه وتعالى في كتابه المعجز حذر من هذا الكتمان بقوله: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ ۖ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللَّاعِنُونَ﴾⁽²⁹⁾.

6- الإحاطة بالموضوع المطروح إعلاميًا: من المعيب أن يخرج رجل الإعلام للحديث حول موضوع ما، ثم يفاجئه أحد المشاركين بمعلومات لم يكن قد اطلع عليها، بل إن البعض من الصحفيين ينقلون معلومات ليسوا متخصصين في فهمها أو التعمق في معانيها، والقرآن الكريم يضع دستورًا فيه إعجاز إعلامي هام للقائم بالاتصال حول هذا الموضوع، فيقول الله تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾⁽³⁰⁾.

7- الالتزام بحفظ الأسرار: قد يطلع الإعلامي على بعض الأسرار أثناء التحقيق الصحفي في قضية ما، أو أثناء العمل في الصحافة الاستقصائية، لذلك على القائم بالاتصال بالالتزام بحفظها وعدم إفشائها، فالمرسل مؤتمن على المعلومة التي يحصل عليها، قال سبحانه وتعالى: ﴿وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ ۚ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا﴾⁽³¹⁾، وقال الله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ﴾⁽³²⁾.

⁽²⁸⁾ النور، 19.

⁽²⁹⁾ البقرة، 159.

⁽³⁰⁾ الإسراء، 36.

⁽³¹⁾ الإسراء، 34.

⁽³²⁾ المؤمنون، 8.

8- حجب أي معلومة فيها إضرار بالمصلحة العامة للأمة:

ليس للقائم بالاتصال أن يعيد نشر الأخبار المتداولة دون تصفية وتنقية لها، والقرآن الكريم المعجز حذر من ذلك بقوله تعالى: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَاعُوا بِهِ ۖ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ ۗ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا﴾ (33)

9- الالتزام بالأخلاق الإسلامية:

على القائم بالاتصال أن يلتزم الأخلاق الحسنة في كلامه -لقوله تعالى: ﴿مَا يَلْفِظُ مِن قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ﴾ (34) - ومعاملاته مع الناس - لقوله تعالى: ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ (35) - وفي دعوته لهم من خلال وسائل الإعلام - قال الله تعالى: ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ (36).

10- الموضوعية والشمولية:

قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا﴾ (37).

ذلك أنَّ الإعلام الإسلامي هو صوت ولسان الدين المعبر عن عقيدته وشريعته وبدلاً من مهاجمة الخصوم وأعداء الإسلام يجب أن يقوم القائم

(33) النساء، 83.

(34) ق، 18.

(35) آل عمران، 104.

(36) فصّلت، 33.

(37) النساء، 135.

د. عبد الله ليايدي

بالاتصال في الإعلام الإسلامي على إثبات فساد ما يؤمنون به ويعتقدون صحته موضوعيًا وشموليًا عبر الأدلة والشواهد والأمثلة العقلية والنقلية.

4.: الضوابط الشرعية للقائم بالاتصال في السنة النبوية

حض رسول الله ρ على الإبلاغ والإعلام لرسالة الإسلام بقوله (بلغوا عني ولو آية)⁽³⁸⁾، ومن هنا فإنه بما آتاه الله من الحكمة قد تخير لكل وقت صورًا للإبلاغ الدعوة، فلكل عهدٍ وسائله وسبله. لذلك لا بد من الاستفادة الواقعية العملية من الوسائل الإعلامية النبوية، سواء في وسائل الاتصال بالناس، أو التعرف على اختيار الخطاب المناسب في الوقت المناسب وذلك بوضع ضوابط شرعية للقائم بالاتصال فالسنة زاخرة بالأحاديث الصريحة على تعاطي رسول الله ε مع الإعلام والذي يركز على أمور عدة منها: " الشمولية في الرؤية، التفكير في معاني الأشياء، الإحاطة بعلم الشيء، الوعي المطلوب، استخدام العقل لإدراك الغايات وأخيرًا الارتكاز على القيمة (القيم) كمتغير حتمي عند دراسة الظاهرة الإعلامية"⁽³⁹⁾ ومن جملة هذه الضوابط:

1- الصدق في نقل المعلومات:

"على الإعلامي أن يكون صادقًا فيما يذيع من أخبار، ومع من يتعامل معهم، وكما هو معلوم أن رصيد الإعلامي صدقه"⁽⁴⁰⁾، مع التيقن بصدق هذه المعلومات. ولقد كان الحبيب المصطفى ε -وهو القائم بالاتصال في عصره- صادقًا في نقل رسالته، فلقد عرف عند الناس بالصادق الأمين، (فعن عائشة رضي الله عنها

⁽³⁾ البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (-256هـ/870 م)، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ε وسننه وأيامه، تحقيق زهير الناصر، دمشق، دار طوق النجاة، 1422هـ/2001م، كتاب الأنبياء (60)، باب ما ذكر عن بني إسرائيل (50)، حديث (3461)، 2، 493.

⁽⁴⁾ نصير بوعلي، الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، 48.
⁽⁴⁰⁾ طه أحمد الزبيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل، عمان، دار النفائس، 1430هـ/2010م، 108.

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

قالت: لما أُسري بالنبي ﷺ إلى المسجد الأقصى أصبح يتحدث الناس بذلك، فارتد ناس ممن كان آمنوا به وصدقوه، وسمعوا بذلك إلى أبي بكر τ ، فقالوا: هل لك إلى صاحبك يزعم أنه أُسري به الليلة إلى بيت المقدس، قال: أَوْ قال ذلك؟ قالوا: نعم، قال: لئن كان قال ذلك لقد صدق، قالوا: أَوْ تصدقه أنه ذهب الليلة إلى بيت المقدس، وجاء قبل أن يصبح؟ قال: نعم، إني لأصدقه فيما هو أبعد من ذلك أصدقه بخبر السماء في غدوة أو روحة، فلذلك سمي أبو بكر الصديق⁽⁴¹⁾.

والنبي ρ هو النموذج الأول لرجل الإعلام في المجتمع الإسلامي، فهو الذي صَدَقَ مع نفسه وحاز على ثقة الجمهور به، "والصدق أكثر الطرق وصولاً إلى الإقناع، ولو عُرف عن مصدر ما أنه يكذب، انصرف عنه المستقبلون، حتى ولو كان صادقاً"⁽⁴²⁾.

وتتجلى ثقة النبي ρ بنفسه، في قوله عليه الصلاة والسلام (ما أنا بأقدر على أن أدع لكم ذلك على أن تستشعلوا لي منها شُعلةً، قال: فقال أبو طالبٍ: ما كَذَبْنَا ابنُ أخي، فارجعوا)⁽⁴³⁾، "فالظرف الذي قيلت فيه هذه المقولة المنهجية، هو ظرف الكثرة العاتية التي تهجم بكل كيائها على النبي ρ ، فلو كانت ثقة الرسول ρ بنفسه ضعيفة لا تساوي في وزنها الاجتماعي ثقل المجتمع المتكتل عليه بقوة رجاله ورأيه السائد؛ لَمَا أمكنه أن يضع هذا المعيار الخالد الذي يصور المستوى السامي، في عزة النفس، والثقة بالله، وبما يدعو إليه، مما ينبغي أن يتسلح به رجل الاتصال

(41) الحاكم، أبو عبد الله محمد بن عبد الله (-405هـ/1014م)، المستدرک علی الصحیحین، تحقیق مصطفی عبد القادر عطا، بیروت، دار الکتب العلمیة، 1411هـ/1990م، کتاب معرفة الصحابة رضي الله عنهم (27)، باب أبو بكر بن أبي قحافة رضي الله عنهما (1)، حديث (4407)، 3، 65.

(42) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية، 1424هـ/2003م، 96.

(43) أبو يعلى أحمد بن علي التميمي (-307هـ/919م)، مسند أبي يعلى، تحقيق حسين سليم أسد، دمشق، دار المأمون، 1404هـ/1984م، 12، 176.

د. عبد الله ليابيدي

الذي يتأسى بالنبي ρ، كما ينبغي عليه أن يُحذر من جاذبية الإغراء، ليرتفع إلى هذا المستوى السامي من عزة النفس، والثقة بما عنده من الحق⁽⁴⁴⁾.

2- الالتزام بحفظ الأسرار:

قد يطلع الإعلامي على بعض الأسرار أثناء التحقيق الصحفي في قضية ما، لذلك عليه بالالتزام بحفظها وعدم إفشائها، فالمرسل مؤتمن على المعلومة التي يحصل عليها، وهذا ما كان عليه الصحابة الكرام والمتخلفين بخلق رسول الله ﷺ (فعن عائشة رضي الله عنها، قالت: أقبلت فاطمة تمشي كأن مشيتها مشي النبي ﷺ، فقال النبي ﷺ: مرحبًا بابنتي، ثم أجلسها عن يمينه، أو عن شماله، ثم أسرَّ إليها حديثًا فبكت، فقلت لها: لم تبكين؟ ثم أسرَّ إليها حديثًا فضحكت، فقلت: ما رأيت كالיום فرحًا أقرب من حزن، فسألتهما عمًا قال: فقالت: ما كنت لأفشي سر رسول الله ﷺ حتى قبض النبي ﷺ، فسألتهما)⁽⁴⁵⁾.

ويدخل في هذا الجانب صون الخصوصية للفرد، وعدم الاعتداء عليها بتشهير أو قذف.

3- الحصول على المعلومة بالطرق المشروعة:

حتى لا تكون حرية العملية الإعلامية برمتها مطية لترويج الأمراض الاجتماعية والأخلاقية عن طريق الاحتيال، وتتبع العورات، والتجسس، فقد وضع لنا الحبيب المصطفى ﷺ أسسًا منهجية تحكم الأنباء من جهة المصدر، فلا يجب إتباع الهوى، أو الاحتيال في الحصول على المعلومة، ونشرها دون قيود.

قال ﷺ: (إياكم والظن، فإن الظن أكذب الحديث، ولا تجسسوا، ولا تحسسوا، ولا تباغضوا، وكونوا إخوانًا)⁽⁴⁶⁾ "وإذا كان الخبر يقوم على الحقيقة،

⁽⁴⁴⁾ سعيد ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول ﷺ، الرياض، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، 1417هـ/1996م، 89.

⁽⁴⁵⁾ صحيح البخاري، كتاب المناقب (42)، باب علامات النبوة في الإسلام (25)، حديث (3623)، 4، 203.

⁽⁴⁶⁾ مسلم، أبو الحسين مسلم بن الحجاج بن القشيري (-261هـ/875م)، المسند الصحيح المختصر من

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

فان الظن لا يغني عن الحق شيئاً، وبالتالي فان ما ينشر من أخبار قائمة على الظن هو خروج عن القواعد الشرعية في استقاء الأنباء ونشرها"⁽⁴⁷⁾.

4- حجب أي معلومة فيها إضرار بالمصلحة العامة للأمة:

ليس للمرسل أن يعيد نشر الأخبار المتداولة دون تصفية وتنقية لها، وذلك لقوله تعالى: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْأَ فَضَّلَ اللَّهُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتَهُ لَا تَبِعْتُمْ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا﴾⁽⁴⁸⁾.

ولأن "التحدث بكل ما يسمع الإنسان، ونقل الأخبار من غير تثبت، أمر ضار بالدولة والأمة، لذا أوجب القرآن ترك التحدث عن أحوال السلم والحرب إلى المسؤولين، والمستشارين، والخبراء، وعقبت الآية على ذلك بأنه لولا فضل الله عليكم ورحمته بكم أيها المؤمنون إذ هداكم لطاعة الله والرسول، ووفقكم للرجوع إلى المصدر العلمي الصحيح، لولا ذلك لاتبعتم وساوس الشيطان، وتورطتم في إشاعة ما يضر بالمصلحة العامة"⁽⁴⁹⁾.

5- الالتزام بالأخلاق الإسلامية:

قال رسول الله ﷺ: (من دعا إلى هدى، كان له من الأجر مثل أجور من تبعه، لا ينقص ذلك من أجورهم شيئاً، ومن دعا إلى ضلالة، كان عليه من الإثم مثل آثام من تبعه، لا ينقص ذلك من آثامهم شيئاً)⁽⁵⁰⁾، لذلك على المرسل في رسالته أن تكون نابعة من أخلاق رسول الله ﷺ.

السنن بنقل العدل عن العدل عن رسول الله، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت، دار إحياء التراث العربي، 1374هـ/1954م، كتاب النكاح (46)، باب لا يخطب على خطبة أخيه حتى ينكح أو يدع (47)، حديث (5143)، 7، 19.

⁽⁴⁷⁾ حسن على محمد، الإعجاز الإعلامي في القرآن، القاهرة، دارالاعتصام، 1416هـ/1995م، 118.

⁽⁴⁸⁾ النساء، 83.

⁽⁴⁹⁾ وهبة الزحيلي، التفسير الوسيط، دمشق، دار الفكر، 1422هـ/2001م، 1، 325.

⁽⁵⁰⁾ صحيح مسلم، كتاب العلم (47)، باب من سن سنة حسنة أو سيئة ومن دعا إلى هدى أو ضلالة (6).

6- التأكيد من الرسالة الإعلامية قبل النشر:

وضع الحبيب المصطفى ﷺ ضابطاً لنشر الخبر بتجنب الكذب فقال (كفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع)⁽⁵¹⁾، "وذلك لأن من حدّث بكل ما سمع من غير أن يميز بين ما تقبله العقول مما لا تقبله، أو من يصلح أن يسمع ما يحدث به ممّن لا، نسب إلى الكذب"⁽⁵²⁾.

وهذا ما حصل بعد غزوة بني المصطلق وذلك "أن رسول الله ﷺ بعث إليهم بعد إسلامهم الوليد بن عقبة بن أبي معيط، فلما سمعوا به ركبوا إليه، فلما سمع بهم هاهمهم، فرجع إلى رسول الله ﷺ، فأخبره أن القوم قد هموا بقتله، ومنعوه ما قبلهم من صدقتهم، فأكثر المسلمون في ذكر غزوهم، حتى همّ رسول الله ﷺ بأن يغزوهم، فبينما هم على ذلك قدم وفدهم على رسول الله ﷺ، فقالوا: يا رسول الله، سمعنا برسولك حين بعثته إلينا، فخرجنا إليه لنكرمه، ونؤدي إليه ما قبلنا من الصدقة، فانشمر راجعاً، فبلغنا أنه زعم لرسول الله ﷺ أنا خرجنا إليه لنقتله، ووالله ما جئنا لذلك، فأنزل الله تعالى فيه وفيهم: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾⁽⁵³⁾،⁽⁵⁴⁾

"وهذه الآية أصل في التثبت في الأخبار، واشتراط العدالة في الرواة، والبحث عن أحوالهم حتى كان من ذلك علم (الجرح والتعديل) في الإسلام"⁽⁵⁵⁾.

حديث (2674)، 4، 2060.

⁽⁵¹⁾ صحيح مسلم، مقدمة صحيح الإمام مسلم، باب النبي عن الحديث بكل ما سمع (3)، 1، 10.

⁽⁵²⁾ ابن الجوزي، كشف المشكل من حديث الصحيحين. تحقيق علي حسين البواب، الرياض. دار الوطن، 1418هـ/1997م، 3، 515.

⁽⁵³⁾ الحُجُرَات، 6.

⁽⁵⁴⁾ ابن هشام، السيرة النبوية، 2، 296.

⁽⁵⁵⁾ محمد أبو شهبة، السيرة النبوية على ضوء القرآن والسنة، دمشق، دار القلم، ط8، 1427هـ/2006م، 2، 492.

7- نقل الحقيقة بصدق وعدم الكذب

إنّ نقل الحقيقة في الإعلام الإسلامي يتطلب الصدق في الخبر بشكل عام، والالتزام بالحقيقة المجردة من غير زيادة ولا نقصان، ومن هنا فقد " اتفق جميع رجال الإعلام على ما يسمى في آداب مهنة الصحافة بقدسية الخبر، ومعنى هذه القدسية؛ ألا يتعرض الصحفي للخبر بأي ضرب من ضروب التحريف، أو التزييف، أو التلوين، أو التوجيه، مهما كان الدافع إلى شيء من ذلك.

وعلى الإعلامي أن يتحرى الصدق في نقل الحقيقة للجمهور، وهذا ما أوصى به الحبيب المصطفى ﷺ صحابته ١٧ فقال لهم: (عليكم بالصدق، فإن الصدق يهدي إلى البر، وإن البر يهدي إلى الجنة، وما يزال الرجل يصدق، ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقًا، وإياكم والكذب، فإن الكذب يهدي إلى الفجور، وإن الفجور يهدي إلى النار، وما يزال الرجل يكذب، ويتحرى الكذب حتى يكتب عند الله كذابًا)⁽⁵⁶⁾.

وأما في حالات الأزمات والحروب بين الدول فإن "الكذب في الحرب من المستثنى الجائز بالنص رفقا بالمسلمين لحاجتهم إليه، وليس للعقل فيه مجال، ولو كان تحريم الكذب بالعقل ما انقلب حلالاً"⁽⁵⁷⁾، وهذا من الحرب الإعلامية فهي في مجملها تقوم على الكذب، والتضليل، والخداع، والتمويه، ولقد (سمّى النبي ﷺ الحرب خدعة)⁽⁵⁸⁾.

⁽⁵⁶⁾ صحيح مسلم، كتاب البر والصلة والآداب (45)، باب قبح الكذب وحسن الصدق وفضله (29)، حديث (2607)، 4، 2013.

⁽⁵⁷⁾ أبو العلام محمد عبد الرحمن بن عبد الرحيم المباركفوري (-1353هـ/1935م)، تحفة الأحوذى بشرح جامع الترمذي، بيروت، دار الكتب العلمية، 1418هـ/1997م، 5، 262.

⁽⁵⁸⁾ صحيح البخاري، كتاب الجهاد والسير (37)، باب الحرب خدعة (156)، حديث (3029)، 4، 64.

نخلص مما سبق أنّ السنة النبوية زاخرة بالشواهد والضوابط الواضحة على ما ينبغي أن يكون عليه القائم بالاتصال من قيم دينية توصل المجتمع المستهدف إلى بر الأمان.

5. الخاتمة

5.1 نتائج الدراسة:

1- التزام القائم بالاتصال بالضوابط الشرعية المذكورة سبيلًا لإعلامٍ إسلاميٍّ هادفٍ.

2- القائم بالاتصال يزود الجمهور المستهدف بحقائق الدين الإسلامي ونقل الأخبار والمعلومات وفق ضوابط صحيحة.

3- رسالة القائم بالاتصال في الإعلام تقوم على احترام الكلمة والتثبت من المعلومة لذا فهو يكون دقيقًا في نقلها ومتثبتًا من حقيقتها ومبتعدًا عن الكذب والتزوير.

4- الإعلام وثيق الاتصال بالقرآن والسنة، فديننا إعلامي بطبعه، والمسلم مكلف بأن يدعولدينه الإسلامي عبر وسائل الإعلام المتاحة.

5.2 التوصيات:

1- اختيار القائمين بالاتصال ينبغي أن يكون بعناية ودقة فائقة.

2- على القائمين بالاتصال نشر الثقافة الإسلامية التي تعين الناس على التمسك بدينهم.

3- إعداد طاقات إعلامية بشرية من الشباب الذي يحمل هم الأمة قادر على إيصال الرسالة الإعلامية بصدق.

4- تعلم قراءة القرآن والاهتمام باللغة العربية تُعين القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية على أداء مهمتهم بشكل مناسب وصحيح.

المصادر والمراجع:

القرآن الكريم

1. ابن الجوزي، كشف المشكل من حديث الصحيحين، تحقيق علي حسين البواب، الرياض، دار الوطن، 1418هـ/1997م.
2. أبو العباس أحمد بن محمد بن علي الفيومي ثم الحموي (-770هـ/1369م)، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، بيروت، المكتبة العلمية.
3. أبو العلا محمد عبد الرحمن بن عبد الرحيم المباركفوري (-1353هـ/1935م)، تحفة الأحوزي بشرح جامع الترمذي، بيروت، دار الكتب العلمية، 1418هـ/1997م.
4. أبو الفضل جلال الدين السيوطي (-911هـ/1505م)، الأشباه والنظائر في النحو، دمشق، مجمع اللغة العربية، 1407هـ/1987م.
5. ابن نجيم المصري زين الدين بن إبراهيم بن محمد، (-970هـ/1563م)، الأشباه والنظائر على مذهب أبي حنيفة النعمان، بيروت، دار الكتب العلمية، 1419هـ/1999م.
6. ابن هشام، السيرة النبوية، تحقيق مصطفى السقا وإبراهيم الأبياري وعبد الحفيظ الشلبي، القاهرة، مطبعة مصطفى البابي الحلبي، ط2، 1375هـ/1955م.
7. أبو يعلى أحمد بن علي التميمي (-307هـ/919م)، مسند أبي يعلى، تحقيق حسين سليم أسد، دمشق، دار المأمون، 1404هـ/1984م.
8. أحمد غلوش، الإعلام في القرآن، القاهرة، شركة رأفت سعيد للطباعة، 1406هـ/1986م.
9. أمين المغامسي، قواعد عامة لنشر أخبار الجرائم والحوادث في الصحف، في المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، 17 (34/2002م)، 249 – 300.
10. البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل (-256هـ/870م)، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسننه وأيامه، تحقيق زهير الناصر، دمشق، دار طوق النجاة، 1422هـ/2001م.

11. الحاكم، أبو عبد الله محمد بن عبد الله (-405هـ/1014م)، المستدرك على الصحيحين، تحقيق مصطفى عبد القادر عطا، بيروت، دار الكتب العلمية، 1411هـ/1990م.
12. حسن على محمد، الإعجاز الإعلامي في القرآن، القاهرة، دار الاعتصام، 1416هـ/1995م.
13. سعيد ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول ﷺ، الرياض، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، 1417هـ/1996م.
14. سمير جميل راضي، الإعلامي الإسلامي رسالة وهدف، مكة المكرمة، رابطة العالم الإسلامي.
15. طارق عامر، القيم التربوية والأخلاقية، دار طيبة، 1434هـ/2013م.
16. طه أحمد الزيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل، عمان، دار النفائس، 1430هـ/2010م.
17. عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1434هـ/2013م.
18. عبد الرحمن عزي، نصير بوعلي، حوارات أكاديمية حول "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام"، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 1431هـ/2010م.
19. عبد الله الظاهر، علي المعماري، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 1435هـ/2014م.
20. عبد الله بدران، الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، دمشق، دار المكتبي، 1423هـ/2002م.
21. عزي عبد الرحمن، الثقافة وحتمية الاتصال نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، العدد 295، 1434هـ/2013م.
22. عناية الله إبلاغ، الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، القاهرة، عالم الفكر، 1421هـ/2000م.
23. محمد أبو شهبه، السيرة النبوية على ضوء القرآن والسنة، دمشق، دار القلم، ط8، 1427هـ/2006م.

ضوابط القائم بالاتصال في وسائل الإعلام من منظور إسلامي

24. محمد أحمد محمد يونس، العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية، المؤتمر العلمي الحادي عشر مستقبل وسائل الإعلام العربية، القاهرة، كلية الإعلام، 1426هـ/2005م.
25. محمد رشاد كفاقي، علم النفس الديني، دار الفكر، القاهرة، 1416هـ/1996م.
26. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1425هـ/2004م.
27. محمود حسن إسماعيل، علم الاتصال ونظريات التأثير المتبادل، القاهرة، الدار العالمية، 1424هـ/2003م.
28. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية، 1424هـ/2003م.
29. مسلم، أبو الحسين مسلم بن الحجاج بن القشيري (-261هـ /875م)، المسند الصحيح المختصر من السنن بنقل العدل عن العدل عن رسول الله، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت، دار إحياء التراث العربي، 1374هـ/1954م.
30. نصير بو علي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزي: مقارنة نقدية، مجلة المستقبل العربي.
31. نصير بو علي، الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، عين مليلة، دار الهدى، 1426هـ/2005م.
32. نواف خالد و خليل محمد، الصحافة الالكترونية ماهيتها والمسؤولية التقصيرية الناشئة عن نشاطها، في مجلة الشريعة والقانون، 25 (46/2011م)، 211 – 302.
33. وهبة الزحيلي، التفسير الوسيط، دمشق، دار الفكر، 1422هـ/2001م.
34. يعقوب الباحسين، القواعد الفقهية، الرياض، دار البشر، 1418هـ/1998م.